

# 日本におけるユネスコ「世界遺産」の受容形態： 「旅」による「世間」と「権威」の変容からの一考 察

著者	安井 裕司
出版者	法政大学国際日本学研究所
雑誌名	国際日本学
巻	10
ページ	25-49
発行年	2013-03-29
URL	<a href="http://doi.org/10.15002/00022446">http://doi.org/10.15002/00022446</a>

# 日本におけるユネスコ「世界遺産」の受容形態： 「旅」による「世間」と「権威」の変容からの一考察

安 井 裕 司

## 1 はじめに

### 1.1 規範としての「世界遺産」

国際連合教育科学文化機関（ユネスコ）が認定する「世界遺産」を訪れることは、多くの日本人旅行者にとって、規範の一つとなっている<sup>1)</sup>。

2011年に株式会社・JTBが行ったアンケート調査によれば、54%が「日本の世界遺産観光を目的に旅行したことがある」と答えており<sup>2)</sup>、『レジャー白書2004』では63.3%が「(国内外の)世界遺産を訪れる旅に参加したい」と述べ、頻繁に旅行する上位15.8%を対象にすると、82.9%が今後の「世界遺産」旅行を希望している<sup>3)</sup>。2007年の財団法人・日本交通公社の調査によれば、海外の「世界遺産」を認知している割合（「行ったことがある」及び「知っているが行ったことがない」）は74%であり、外国の「世界遺産」に「行ってみたい」及び「是非行ってみたいが」が合わせて68.4%となっている<sup>4)</sup>。

このように「世界遺産」巡りは日本人の旅行の一形態として確固たる地位を確立しているが、特に国内旅行においてその影響は「世界遺産」認定後に観光客が急増するという形で顕著となる<sup>5)</sup>。

例を挙げれば、1995年に「世界遺産」に登録された白川郷の場合、登録前の数年間には毎年60万人台で推移していた観光客数が、2001年には140万人を超え、2008年には180万人に到達している<sup>6)</sup>。2007年7月に登録された石見銀山は登録の前年と当年では、観光客が約40万人から71万3700人に増加している<sup>7)</sup>。

それ故に、「世界遺産」への立候補が後を絶たない。「世界遺産」に登録され

るためにはユネスコ世界遺産委員会によって承認される必要があり、「世界遺産」申請に先立ち、各国はユネスコ世界遺産センターに暫定リストを提出しなければならない。今日、日本国内には合計 16 件（文化遺産 12 件、自然遺産 4 件）の「世界遺産」があり<sup>8)</sup>、暫定リストには 13 件がある（2013 年 1 月現在）。そして、この日本の暫定リスト入りを目指す、全国各地の世界遺産運動は 2004 年の段階で 50 件を数えている<sup>9)</sup>。

## 1.2 「世界遺産」と日本人のアイデンティティ

世界遺産運動の動機として、観光収入の増加という経済的理由は無視できないが、必ずしもそれが全てではない。

例えば、「富士山」の「世界遺産」登録を目指す運動母体である NPO 法人「富士山を世界遺産にする国民会議」は、「世界遺産」への登録の必要性を経済的理由ではなく、「心」に求める。「国民会議」会長の元首相・中曽根康弘は「富士山は全ての日本人の心の故郷」<sup>10)</sup> であるとし、「国民会議」理事長の元文部科学大臣・遠山敦子も、「富士山は日本人の心の象徴」と表現している<sup>11)</sup>。故に、その富士山を「世界の宝」にすることは、「今を生きる私たちの使命」であるという<sup>12)</sup>。

四国の八十八のお寺を往く巡礼の道「お遍路」も「世界遺産」を目指す。2000 年に発足した「四国へんろ道文化」世界遺産化の会」会長の仙遊寺住職・小山田憲正は、お遍路の旅人は四国の自然の中、人々の優しさに触れ、消えかけた命の再生を促すとし、お遍路が「世界遺産」になることは「私たちの自然に対する思いであり、人のこころに対する願いであります」と結ぶ<sup>13)</sup>。

2004 年、吉野・大峯（登録名は「紀伊山地の霊場と参詣道」）は「世界遺産」に登録されたが、その運動中、総本山金峯山寺執行長・田中利典は、明治の欧米化・近代化政策以降、我が国固有の宗教文化が顧みられなくなっていると現状分析し、「世界遺産」に登録されることで、「日本人のアイデンティティを取り戻す」ことができると主張している<sup>14)</sup>。

これらの運動では、「世界遺産」として承認されることは、日本人の「心の故郷」を「世界の宝」とし、日本人の自然に対する思いやりを汲み取り、日本人のアイデンティティを回復してくれることに繋がるとされているのである<sup>15)</sup>。

更に「世界遺産」が認知されるにつれ、「世界遺産」という言葉は独り歩きし、日本において世界的な価値に該当する（と論者が主張する）概念、存在に「～は世界遺産級である」や「～を世界遺産へ」というように比喩的に冠されることさえもある<sup>16)</sup>。

### 1.3 メディアと「世界遺産」

このように一部では文化的価値体系の指針と見なされている「世界遺産」であるが、日本人が国民レベルで接したのは、比較的最近である。

「世界遺産」は、1972年のユネスコ総会で採択された「世界の文化遺産及び自然遺産の保護に関する条約」に始まっている。しかし、日本が世界遺産条約を批准したのは20年後の1992年であり、125番目の締約国（2012年5月末において全締約国は189カ国<sup>17)</sup>）と非常に遅れてのスタートだった。前ユネスコ事務局長・松浦晃一郎によれば、日本は「世界遺産」に関して特に積極的な国ではなく、世界遺産条約採択当初、日本も締約を急ぐべきであるという意見は少なかったという<sup>18)</sup>。

日本人と「世界遺産」の関係が劇的に変化したのは、メディアを通じて「世界遺産」の価値や意味が各家庭に伝播したことが大きいとされる。まず、1996年にテレビ番組「世界遺産」が東京放送（TBS）によって制作放送され、「世界遺産」が一般に知られるようになる<sup>19)</sup>。更に、2005年、日本放送協会（NHK）において同じく「世界遺産」を取り上げた「探検ロマン世界遺産」が始まり、同番組は2009年に「世界遺産への招待状」へ引き繋がれ、現在、NHKの「世界遺産」関連番組は「シリーズ世界遺産100」、「とっておき世界遺産」、「世界遺産、時を刻む」に増えている。

### 1.4 課題と分析の方法

これらのテレビ番組が現実には「世界遺産」の知名度を著しく向上させたとしても、それだけでは、1970年代、1980年代に殆ど関心を示さなかった日本人が、90年代後半から僅か十数年で「世界遺産」を、日本人の文化的価値体系の指針、日本人のアイデンティティを保障する基準、日本人旅行者の一規範としていく理由を十分に説明することは難しいであろう。むしろ、メディアは従来か

らの日本人の特性の一つに「世界遺産」を結びつける役割を担ったと仮定すべきなのではないだろうか。

本論文では日本におけるユネスコ「世界遺産」の受容形態を、日本人の「お墨付き」観、「権威」観に求め、「権威」と結びつく人々の「世間」意識が、江戸後期から現在に至る「旅」の史的発展によって変容してきたことを日本学（主に世間論）の観点から考察する。そして、「世界遺産」がなぜ短期間に日本において国民的な支持を得て、新たに強力な価値規範として根付いたかを明らかにしたい。

## 2 「お墨付き」としてのユネスコ「世界遺産」

### 2.1 日本人と「お墨付き」

日本におけるユネスコ「世界遺産」の知名度の急速な浸透については、「国際的なお墨付きをもらいたいという日本人の国民性」<sup>20)</sup>にある、もしくは「誰かによって選ばれたものを好む日本人の国民性」にあるのではないかと<sup>21)</sup>と分析されてきた。そして、「世界遺産」とは訪問者にとって「安心のブランド」であると説明されている<sup>22)</sup>。

ブランド好きは古くは「富嶽三十六景」、昭和においては「日本百名山」「日本百景」等にもみられる傾向であり、そして、その延長上に今日、国連もしくはユネスコによる「お墨付き」を日本人の多くが必要としていることになる<sup>23)</sup>。

事実、「お墨付き」という言葉は「世界遺産」を論じる際必ずと言って良いほど付随する言葉である。例えば、1993年の京都の「世界遺産」登録の際、文化庁は「認定されても直接の利点はないが、世界的な遺産としてお墨付きを得られることに意味がある」としている<sup>24)</sup>。また、1999年の日光の遺産登録の際、読売新聞は「世界遺産というお墨付きをもらい、さらに脚光を浴びるだろう」と報じ<sup>25)</sup>、2008年、平泉がユネスコ世界遺産委員会において「世界遺産」への「登録延期」（事実上の落選）という判断が下された際、朝日新聞は「お墨付きなくても、平泉は魅力的」と擁護している<sup>26)</sup>。

## 2.2 「お墨付き」と「権威主義」

そもそも、「お墨付き」とは室町時代以降に將軍や大名から臣下に与えた領地を、後に保障とする文書を指した。それが「お墨付き」と呼ばれた由来は、その文書に権力者の「花押」が隅で塗られていたからである<sup>27)</sup>。その後、「お墨付き」とは、「権威者からの保証」<sup>28)</sup> という意味に変化していく。つまり、「お墨付き」は「権威」に価値基準を依存することであり、権威主義との関係を否定できない。そして、そのような権威主義的な「社会空間」を歴史社会学者・阿部謹也は「世間」であるとして、以下のように述べる。

「権威主義とは威張っているということではない。自分以外の権威に依存して生きていることをいうのである。その権威が世間なのである。たとえば皆と行動を共に行動するとき、私たちはできるだけ皆と合わせようとする。その限りでは協調的な行動なのであるが、時にそれが没个性的で権威主義に見えるのである」<sup>29)</sup>。

つまり、阿部の説に従えば、日本において「権威」が有効な「社会空間」が「世間」であり、「権威」が具象化したものが「お墨付き」(の花押)ということになる。

しかし、日本人が「権威」からの「お墨付き」を室町・江戸時代から信奉してきたと仮定するとしても、その現象だけでは1990年以降の日本において、なぜ「富嶽三十六景」「日本百名山」「日本百景」ではなくユネスコからの「お墨付き」を得た「世界遺産」が求められているのかは解明できない<sup>30)</sup>。日本人が「世界遺産」を「権威」として必要としているということは、阿部が指摘するところの「世間」も同様に変化し、「世界遺産」を受け入れられる状況が生み出されていると考えるべきではないだろうか。次に「世間」の研究史を考察し、「世間」の時間的かつ空間的変容の中に、日本における「世界遺産」人気の素地を求めたい。

## 3 「世間」研究と「世間」の定義

### 3.1 「社会」に置き換わるべき「世間」論

「世間」は日本人の集団的な意識として道徳教育において重要な役割を担って

きたにもかかわらず<sup>31)</sup>、学問的テーマとしてあまり論じられてこなかった<sup>32)</sup>。「世間」とは日本人にとって「空気」のようなものであり<sup>33)</sup>、多くの研究者は明治以降に翻訳され、問われるべき新しい概念である「社会」を論じ、自らの周辺にある「世間」を軽視してきたという<sup>34)</sup>。古く封建的な「社会空間」とされる「世間」は、近代化の進展によっていずれ近代的な概念である「社会」に置き換わるものと見なされてきた。つまり、その論に立脚すれば、「世間」の存在は、遅れた日本を露呈していることになるのである<sup>35)</sup>。

例えば、岸田国士は1950年代初めに、「世間」とは何かと問い、その概念は西欧型の「社会」とは一致せず、「道徳と習慣と、特に群衆心理によつて支配される意思表示とを重くみた考え方で、それはまた自己保存のほかなんらの理想をもたず、非常とも云うべき形式的な掟の上にたち、すべての異分子的存在を排撃する本能の極めて目立つ、地域的、時代的に限られた一社会を指すもの」と記す<sup>36)</sup>。そして、その理由を岸田は、日本では西欧のように個人が自覚しておらず、社会が発展していないからであるとする<sup>37)</sup>。

「世間」が露出する主な地域は先進的な都会とは考えられていなかった。大牟羅良は1947年から50年にかけて旅商人として東北地方の村々を歩いた経験から、農村の生活が「世間体」に縛られていることを描写する<sup>38)</sup>。例えば、着物から配偶者選びまで村では殆ど全ての選択に、誰もが「世間」ではどうかと考え<sup>39)</sup>、村の習俗から逸脱しないことが第一に求められ、それを「世間体がいい」と表現していたという<sup>40)</sup>。

### 3.2 肯定される「世間」

しかし、日本が急速に経済発展と遂げた1960年代に入っても、「世間」は消えず、相変わらず日本人の社会規範であり続ける。

例えば、都会の社宅では、何でも同一であろうという力が働くという。民俗学者・宮本常一は社宅において一軒がテレビを購入すれば、瞬間に全軒に広がることを挙げ、村と社宅の違いは、前者は血の繋がり、もしくは長い付き合いの繋がりであり、後者は方々からの人の集合体であるが、本質的には何ら変わりがないと結論付ける<sup>41)</sup>。

「世間」が遅れた日本の農村共同体の象徴では収まらないことが判明すると、

近代化によっても消えない「世間」を、日本人の特性として積極的に肯定する見解が主張されるようになる。

歴史学者の会田雄次は、江戸時代に、ある呉服屋の店が火元となり大火事が発生した際、息子や番頭が土蔵を目張りし、類焼を防ごうとしたことに対し、店の主人は「世間に顔向けができない」と怒り、土蔵の窓を開いて全財産を灰燼に帰した話を挙げ、その美德を評価する<sup>42)</sup>。そして、「世間体」を、唯一神を持たない日本人の行動原理であるとして肯定しようとする<sup>43)</sup>。

同様に柳父章は翻訳研究の文脈から「世間」と「社会」の意味の違いを明らかにし、今まで社会科学者は society の訳語としての「社会」を「世間」と対比させることで「社会」に肯定的なイメージを担わせてきたと言う。そして、柳父はむしろ「世間体」が悪いと政治家の腐敗を断罪する庶民の「世間」観の公共性をプラスに捉える<sup>44)</sup>。

### 3.3 和辻哲郎の世間論

「世間」を「社会」に対峙させ否定する論者、もしくは逆に日本社会の特性として肯定する論者とは別に、和辻哲郎は、「世間」を「絶えず推移するもの」と認識する<sup>45)</sup>。和辻は1934年の著書『人間の学としての倫理学』にて、「世間」を「ひと」の「あいだ」に広がった「空間」と解釈する。その「空間」は、社会全体であり、公共的な「世界」をも含み、「社会」や「個人」が対立する場でもなく、人々の行為によって成立する「間」とされる<sup>46)</sup>。

そもそも語源を辿れば、「世間」とは6世紀に中国から伝わった仏教用語であり、サンスクリット語の Loka（「壊され否定されてゆくもの」）の日本語訳である<sup>47)</sup>。和辻によれば、「世間」とは本来、「遷流」を意味し、「壊され否定されながら刻々と他のものに転じていく姿」であった<sup>48)</sup>。「世間」の「世」とは、歴史的「時間」を表し、「間」とは物質的および非物質的な空間領域を指した。人は生まれて「世間」に出ることになり、人生を生きることは「世間」を渡ることであり、最後にあの世にいくのである<sup>49)</sup>。

しかし、「万葉集」において既に「世間」は時間的変化ではなく、空間的な場を強調する言葉と変質し、仏教用語から逸脱し、現世での縁に繋がる他者との関係において、人生を営む状況を意味することになる<sup>50)</sup>。



時間的であれ、空間的であれ、「世間」を「絶えず推移するもの」と変化の中で認識した和辻の「世間」観は示唆に富んでおり、後述する通り、井上忠司らの「世間」論に大きな影響を与えている。

### 3.3 阿部謹也の世間論

西欧中世史から研究を始めた阿部謹也は、「世間」を普遍的な「社会空間」と認識した上で、社会の発展過程及び社会条件の違いによって消滅もしくは、残存すると認識する。

阿部は1992年の論文及び1995年の著書において、日本では個人主義が十分に成立しなかった故に「世間」が残存したと捉え、日本人は現在も、個の集合体としての「社会」ではなく、「世間」に生きていると分析する<sup>51)</sup>。

阿部は「世間」を、個人が自分から進んで構築するのではなく、比較的狭い範囲（多くの場合顔見知り）の人間関係によって勝手に形成され、会則や定款はないにもかかわらず、人々を結びつけている強固な絆であると定義する<sup>52)</sup>。そして、「世間」においては、個人は拘束され、人々は自分の振る舞いの結果、排除されることを最も恐れており、可能な限り、目立たず、周囲に配慮し、同調しようとする」と表現する<sup>53)</sup>。

西欧と日本の違いに関して、阿部は、西欧においてもこのような「世間」はかつて存在していたが、12世紀以降、キリスト教の布教によって個人主義が成立していき、徐々に「世間」は解体し、「社会」が構築されていった、と説明する<sup>54)</sup>。

社会発展において「世間」が消滅するという見方は先の岸田らの説に合致するが、阿部は「世間」を、国境を越える普遍的概念とし、その上でキリスト教を礎とする近代化の俎上に乗せている。

それに対し、日本における「世間」は、仏教が浄土を中心テーマとしており、現世の「世間」は二次的に認識され、「世間」の中に住みながらも「世間」を客観的に直視させることはなく、15 - 16世紀の仏教の民衆への普及は「世間」を解体させることはなかったという<sup>55)</sup>。つまり、仏教を中心とする日本では西欧とは異なる近代化の道を歩んだため「世間」が残存したと見るのである。

更に阿部によれば、「世間」における人々の行動は三つの原則「贈与・互酬、

「長幼の序」、「共通の時間意識」によって形成されていると見なされる<sup>56)</sup>。

「贈与・互酬」とはお歳暮、お中元にみられるような贈り物を意味し、それは受けての置かれている地位に送られ、人は人格としてそれらをやりとりしているのではないという<sup>57)</sup>。「長幼の序」は年配を敬うことであり、敬語などが重要になる。最後の「共通の時間認識」は皆、同じ一つの時間の中で生活しているという認識である。「世間」では動植物は生長し、老衰するが、何か特別な目的を持って時間は動かず、「世間」は時間によって変わることはない<sup>58)</sup>とされる。

このように阿部の「世間」論の特徴は、社会発展の過程で「世間」が消滅した西欧社会との比較において、日本社会の「世間」の時間的、空間的静態を強調していることである。

### 3.4 井上忠司の世間論

阿部とは異なり、社会心理学者の井上忠司は、和辻が提起した「世間」の歴史的・空間的変遷を見ることでそのダイナミズムに焦点を当てる<sup>59)</sup>。むしろ、日本における社会発展の中に変化を続ける「世間」意識の拡散を見出すのである。

井上は和辻の言葉を用いて、「世間」は行為的な連関であるがゆえに必ず、「時」とともに移り変わるものである。と同時にまた、行為的な連関として必ず、「間」というひろがりの意味するものであった<sup>60)</sup>と記す。

そもそも、仏教における時間的な概念であった「世間」は、7世紀から8世紀には空間的な「間」を指すようになり、中世末期から近世において現在に見られるような人間関係を拘束する社会的規範として武士の間で広く見られるようになる<sup>61)</sup>。その後、「世間」の認識は江戸時代後期以降に、民衆一般に広がっていくことになる。

従来、農村では「世間」は歴史的に村（ムラ）の外（ソト）の土地を意味し<sup>62)</sup>、都市化が限定的であり、農村主体で、日常生活が村でほぼ完結する度合いが高かった江戸時代の後半までは重要な概念ではなかった。村には独自の社会規範が存在していたのである<sup>63)</sup>。しかし、江戸時代の後半以降、社会の発展と人々の動きの流動化と共に「世間」意識はより拡散していくのである。

本論文では阿部の「世間」研究を踏まえながらも、和辻・井上の「世間」研究の蓄積にある「世間」の変容に依拠したい。なぜならば、多くの日本人にとって「世界遺産」がなぜ重要なのかを解明するには、「世界遺産」を「お墨付き」として認知する「世間」がこの十数年の間にいかに変化し、形成されていったのかという「世間」の流動性に着目せざるを得ないからである。

## 4 「旅」の大衆化と「世間」

### 4.1 江戸後期の「旅」ブーム

柳田国男は、「旅」はソトの「世間」を知るためにあるとし、「生まれた時から周囲の人ばかりと接しては何とも思わなかったものが、いったんその間から抜け出して振り返り、前と後とを比較してみる時に、はじめて少しずつ自分と周囲との関係が分かってくる」と記す<sup>64)</sup>。井上は柳田の「旅」の重要性を踏まえながらも、ソトの「世間」を知ることは、同時にウチの「世間」を形成することであるとし、村が開発され、村のソト＝「世間」と接触するに従い、村の中に小さな「世間」が生み出され、村の規範を変容させていったと主張する<sup>65)</sup>。

そして、江戸末期に村人たちが「世間」を知り、「世間」の価値が村の価値と重なる背景に、19世紀初頭からの「旅ブーム」があったという<sup>66)</sup>。

かつて「旅」は生活のために行う「憂いもの辛いもの」<sup>67)</sup>であったが、江戸時代に入り、封建制の完成による平和の持続、貨幣経済と商品流通の発展、農業技術の進歩と生産性の増大、交通環境の好転など、都市、農村を問わず人々の生活は安定し、民衆は解放され、歴史上初めて日本人が「物見遊山」と呼ばれるように「旅」そのものを楽しむようになる<sup>68)</sup>。もちろん、誰もが自由に「旅」に出られるわけではなく、特に農民の「旅」は著しく制限されていた。例外として社寺参詣・温泉での湯治は許可されており、それを口実として一挙に大衆の旅行時代が到来し、年間、約300万人が神社仏閣への「旅」に出たとされる<sup>69)</sup>。

神社・寺院には以前から訪れる人は少なくなかったが、幕府が農民たちの口実を非公式に受け入れたため、この機に大衆向けの観光地として「お墨付き」

を得たことになる<sup>70)</sup>。

## 4.2 江戸期における「講」と「世間」

江戸時代、特に代表的な旅先は、「一生に一度の伊勢参り」と歌われ繁盛を極めた伊勢神宮であった。1718年の伊勢山田奉行の幕府への報告には1718年1月から4月15日の間までに42万7,500人の参宮者がいたと記されている<sup>71)</sup>。同年、約60万人が旅していたと推定され、江戸時代の人口から年間、約20人に1人が伊勢を訪れていたことになる<sup>72)</sup>。

特筆すべきことは、旅人は老若男女・貴賤を問わない人々であり、全体として人口比が多い農民が大多数を占めていたことである。

当時、欧州諸国で唯一外交関係があったオランダから派遣された医師・エンゲルベルト・ケンペルは1691年にこの旅人群を目撃し、「この参詣の旅は一年中行われるが、特に春が盛んで、それゆえ街道はここになると、もっぱらこうした旅行者でいっぱいになる。老若・貴賤を問わず男女の別もなく、この旅から信仰や御利益を得て、できるだけ歩き通そうとする」と描いている<sup>73)</sup>。

このような「旅」は個人単位ではなく、「講」と呼ばれる組織が成立することで可能になった。「講」とは、平安時代において仏典を講読・研究する僧の集団を指したが、そこから派生して様々な目的別の集団となった。江戸時代には「旅」を主とした「講」が流行した。「講」に参加する全員が旅費を積立て、毎年、数人ずつ順番に出かけることで経済的負担を軽減した<sup>74)</sup>。

「講」は、「御師」と呼ばれる現在の旅行業者のような存在によって導かれた<sup>75)</sup>。「御師」は中世においては神官であり、布教をしていたが、武家の参拝を補助したことからガイド業となった。そして、江戸時代に民衆の社寺参詣が盛んになると神宮から独立し、専門の旅行斡旋業者となり、伊勢講を組織化する<sup>76)</sup>。

伊勢参りを通じて「御師」は全国的な檀家制度を築いていった。江戸時代中期には600～700家の「御師」が存在し、全国に439万戸の檀家を持ち、約1,756万人の信者を抱えていた<sup>77)</sup>。「御師」もしくは「御師」の手代は、毎年一度、神宮参りができない檀家に伊勢参りを代行した証拠として「大神宮」という

神札を届け、商いとしていた。「御師」はまた祈祷料を出してくれた人に伊勢土産である「音物」を持参し、伊勢神宮の「旅」に出た一般の人々も同様に村人へ土産を買うようになっていく<sup>78)</sup>。

「御師」はマージナルな存在として村のソトとウチ、神と庶民を結ぶネットワークを形成し、利益をあげていた。

「講」は伊勢ばかりではない。例えば、江戸時代、富士山への信仰登山のための「講」が数十存在し、一講にて多くは100名から少なくとも50名の登録制になっている。一講には世話人がおり、毎年6月前に一講につき6、7人から3人で世話人とともに登山を目指していた<sup>79)</sup>。伊勢神宮や富士山ばかりではなく、殆ど全ての「旅」が「講」を介して行われた。

このような庶民の「旅ブーム」は、人々にソトの「世間」を知らせ、自らの「世間」を広める結果となる<sup>80)</sup>。しかし、井上はその「世間」の広がり方に着目し、「世間」は単に広がっただけではなく、分化していったと主張する。

「ムラ人にとって「世間を知る」ことは、自分たちの生活を知ることであった。いわば「世間」という〈鏡〉にうつしだされた自分たちの姿をながめることであった。自分たちの日常生活の状況が、ムラを超えた「ひろい世間」にたいする「せまい世間」として自覚されはじめたとしても、不思議はない。このようにして、かれらのうちで「ひろい世間」と「せまい世間」との分化がはじまった。「ひろい世間」に接すれば接するほど、反対に、「狭い世間」が自覚化されていく。このパラドックスの成立に、当初、もっとも大きく貢献したのが〈旅〉であった」<sup>81)</sup>。

村の人々もソトの「世間」の批評に耳を傾けなくてはならなくなり、「うちものが承知しない」という規範から「よその人に笑われる」という規範に取って代わる<sup>82)</sup>。

近代化によって人の行動範囲が広がり、多くの「世間」がせめぎ合うようになると、村に籠っていた頃とは逆に価値基準が見出し難くなり、外側の「権威」に依存するようになる。

旅先でみた世界は最も「ひろい世間」であり、「講」の旅仲間も「世間」化し、村に帰ることによって村も「世間」となったのである。この解放された民衆への旅行ブームはソトへの求心力と共に、ウチへの求心力も生み出す。村は「世

間」化されたことで、従来の小宇宙的な世界が崩され、村の結束は弱体化する。そのことによって、村の「世間」からはみ出した人間を取り除くという、「村八分」という排除のシステムが生まれ、明治期に完成するのである<sup>83)</sup>。

明治以降、「講」に代わり、旅行代理店が団体旅行を組織するようになったが、修学旅行や社員旅行など集団での「旅」がより組織化され定着していった。特に社寺参詣を主とする修学旅行は学校教育を通じて普及し、日本人の国民的行事となる<sup>84)</sup>。

### 4.3 明治における「世間」と「権威」

明治に入り、近代化が進展すると、「ひろい世間」は国と一致するようになる。国という最大でかつ新しい「世間」は、江戸以前から続く武士や町人の都市的「世間」と農民の農村の「世間」の頂点に立った。

明治政府は武士、町民、農民成員の全てに共通する「家」の概念を用いて統治原理とした<sup>85)</sup>。絶対的な神が不在であった日本において、家は個人を超えて生命の永続願う最小単位であり、個人は家に従属していた<sup>86)</sup>。それを明治政府は『教育勅語』や『明治民法』によって江戸時代に封建領主に対する家来の道徳であった忠を徳の中で最高の概念とし、天皇に対する国家の道徳とした<sup>87)</sup>。天皇を中心とする国家家族主義が完成し<sup>88)</sup>、重層の「世間」を束ねる最も大きな「世間」が完成する。

家から始まる集団的アイデンティティは、重層な「世間」に包まれ、外側に行くほど「権威」をもち、明治以降は「国家」がその頂点に立ち、「お墨付き」を提供する<sup>89)</sup>。「お墨付き」は「世間」の序列化によって上位の国家から降りてくる「権威」となったのである。

しかし、同時に明治以降の近代化は、「世間」の更なる変容をも導くことになる。井上は社会規範を形成する「世間」が国家を超える可能性を次のように説明する。

「世の中がさらにひらけるにつれて、「世間」はいよいよ拡大、分化していった。(中略) こうなると、基準はままます外部にもとめられることになって、〈国 (= 藩)〉から、あげくのはてには〈外国 (= 西洋)〉にまでもとめられるようになってゆく」<sup>90)</sup>。

現実には、基準の外国化、国際化は、第二次世界大戦によって中断する。「旅」との関連では、戦後、経済成長を経て、海外旅行ブームが起こり、再び人々の「世間」意識が拡大し、価値規範が変わることになる。人々が海外（海のソト）へ出かけることで、明治期以降、国と一致していた「ひろい世間」は海外を指すようになる。そして、それに伴い「権威」も変質することになる。しかし、変質の仕方も従来とは異なる。明治期の「権威」が「上から」国家によって形成されたのに対し、旅行によって人々が求める「権威」は反対に、「下から」「お墨付き」として求められていくのである。

## 5 海外旅行ブームと「世間」

### 5.1 海外旅行ブーム

第二次世界大戦後、経済成長を遂げた日本は東京五輪が開催された1964年、海外旅行を自由化する。同年の日本からの海外渡航者数は約13万人であったが、1966年に20万人を超え、第一次海外旅行ブームが起こる<sup>91)</sup>。

1968年に国民総生産で世界第2位となった日本は順調に海外旅行者数を伸ばす。1970年にはジャンボジェット機が導入され、翌年には日本人の海外旅行者数は100万人近くなり、外国人入国者数を日本人出国者数が追い抜き、第二次海外旅行ブームとなる<sup>92)</sup>。その後、海外旅行者数はオイルショックを受ける1974年まで、1971年（44.9%）、1972年（44.8%）、1973年（64.4%）と驚異的な伸び率を示す<sup>93)</sup>。

1985年のプラザ合意を受けて円高が進み、1990年には海外旅行者数が1,000万人を超え、第三次海外旅行ブームとなる。以降、旅行者数は1995年には1,500万人、2005年には1,700万人に至り、年間に10人の1人以上の国民が海外に出かけている（1,700万のうち純粋に観光目的は67.1%）<sup>94)</sup>。2005年末における有効旅券発行数は約3,500万冊に上り、日本人の4人に1人が所有し<sup>95)</sup>、2006年における調査では53.3%が今までに海外に行ったことがあると答えている<sup>96)</sup>。

1985年以降の海外旅行の大衆化は江戸期の「旅ブーム」に匹敵する<sup>97)</sup>。冷戦という平和が続き、右肩上がりの経済成長に円高が重なる。そこにジャン



ボジェット機が導入されることで交通手段が革新され、社会環境は江戸時代と同じように整備される。人々は初めて日本から飛び出し「世界」を見た。海外旅行ブームとは、「世界」についての「観念」の呪縛から日本人を解放した「画期的事件」だったのである<sup>98)</sup>。

## 5.2 海外旅行と「世間」

海外旅行には、「講」に匹敵する団体旅行（パッケージ旅行）が利用されることになる<sup>99)</sup>。1965年、海外旅行自由化の翌年には日本航空が航空券とホテルを組み合わせた「ジャルパック」の販売を始め、様々な旅行代理店がパッケージ旅行を企画し、大きな成功を収める。不慣れな海外旅行も、団体で出かけツアーコンダクターに導かることによって不安を解消していった。「ジャルパック」の成功の理由として、日本航空職員の橋爪孝之は第一に日本人が遠足や修学旅行、新婚旅行と人生の節目で団体旅行に出かけていることを挙げている<sup>100)</sup>。

パッケージ型団体旅行の人気は40年経っても衰えていない。2005年においても海外観光旅行全体の66.2%がパッケージ型団体旅行であり、職場や学校など組織単位で参加する団体旅行も別に3.5%ある。海外に観光旅行に出発する日本人の約七割は集団で出かけていることになる<sup>101)</sup>。

当然、この集団単位の海外旅行は其々の「世間」を海外に持ち込むことになる。集団の中で目立たないことを第一とした人々の行動が海外では反対に目立ってしまうのである。

国際観光振興会が1967年に英国、スイス、イタリア、西ドイツ、フランスにおいて行った日本人海外旅行者が其々の国でどのような印象を持たれているかという調査によれば、「いつも団体で行動し」、男性は多くが「ダークスーツにネクタイ姿で目立ち」、「みな同じトランクをもっている」と各地で報告されている<sup>102)</sup>。

1978年にパリへの団体旅行に同行したイラストレーター・長尾みのるは、「日本人の団体さんが目立つのは、全てが一体化しているからである。身なりも持ち物も似たようなものにして、自分だけが異色人物にならないような保護色方式をとる」と描き、そして、パリの土産屋では「どやどやとお店に流し



こまれ団体さんは、どういうわけか同じようなものを買う、好みの品を買うのではなく、みんなと同じものを買うのである」と記している<sup>103)</sup>。

この描写には皆が同じ行動を取るということと、皆が同じ土産を大量に購入するという二つの「世間」的な行動様式が示されている。

最初の同じ行動とは、阿部謹也が指摘した通り、人々（旅を共にする集団）が形成する「世間」内において目立たないということを最優先して現われるのである。

次に同様の土産物を沢山購入するという行為は、旅人が帰るべき「世間」のために準備しているのである。それは「世間」意識が最初に庶民に広がった江戸時代に発展した土産文化と共通する<sup>104)</sup>。

江戸時代、「講」によって村の代表として「旅」に出た人（＝多くは農民）は、送り出してくれた人々に対し「手ぶらでは帰れない」状態であった<sup>105)</sup>。旅人が旅先で大きな「世間」を知った後に、自分たちの小さな「世間」＝村に戻るために土産が必要であった。そこに受けての嗜好は無関係であり、旅行に行った先が確実に分かる「印」があるものを、「世間」の人々＝村の成員に対して大量に購入することになる<sup>106)</sup>。

興味深いことは、江戸時代から始まった土産文化が90年代においても支持されていることである。

1996年の「おみやげに対する意識と実態」に関する調査では、84.5%が土産に賛成している<sup>107)</sup>。世代的にも偏りがなく、調査対象の20代から40代まで（40代男性の78.8%を例外として）全て80%を超えている。誰に買うかという問いに対しては、「親しい友人」（93%）、「家族」（88%）に続き、「会社の人」（62%）が挙げられており、「彼、彼女」（38%）を遥かに上回る。特に20代は77.6%が会社の人に土産を買うと答えている。そして、「会社の人」に土産を買う理由としてのトップは「付き合い上・義理」（50%）であり、次の「日頃のお礼として」（23.4%）の倍以上となっており、「相手に喜んでもらうため」は11.3%しかない。会社の人への購入品は、84.7%が「各地の名産品」と述べているが、予算では「会社の人」は下から二番目の1,722円である（最下位は「近所の人」の1,373円）<sup>108)</sup>。

この調査から見えることは、日本人はかつて江戸時代に帰属する村へ土産

を買ったように、現在、会社の同僚、友人、家族に土産を買い続けていることである。そして、特に会社の同僚には、相手の趣向を考えず、「義理」として安価で象徴な物を「印」として持ち帰る。贈る側も受け取る側もそれが「義理」であることを承知した上で、このような土産文化に賛成しているのである。

これらの行動様式は、国民の半数が海外旅行を経験している現在の日本においても、人々が江戸時代と類似の「世間」に生きていることを証明していると言えよう<sup>109)</sup>。

### 5.3「権威」なき「世間」

しかし、江戸の「旅ブーム」と20世紀後半以降の海外旅行ブームでは大きく異なることがある。江戸時代、人々は「権威」に従って旅をすればよかった。人々は有名な社寺に参詣し、その「権威」を受け入れるだけでよかった。それらの「権威」を知ることで、「世間」が構築されていった。

一方、1970年代、80年代の海外旅行にそのような絶対的な「権威」は確立されておらず、「世界」に出会った小さな「世間」は初めて外国の「社会」（もしくは外国の「世間」）の中に放置され、日本の「世間」に生きる人々の行動様式は外国人からまた外国を知る日本人から冷笑されたのである。

このような批判を受け、海外において「世間」の常識が通じないことを日本人自身が一番痛感する。1978年の調査によれば、「マナーなどの点で日本人旅行者の評判がよくないので、誰もが外国に行く風潮は良くない」と答えている人が46.3%にも至り<sup>110)</sup>、同年の別の調査では「海外旅行で注意すること」という質問において、最も多かったのは「外国のマナーやエチケットを勉強していく」（39%）ことであった。日本人が大衆レベルにおいて初めて「外国＝ソト」の目を気にし始めたのである<sup>111)</sup>。

ソトの「世界」を知り、人々はウチなる「世間」を拡大させ、分化させていく。同時に、人々は「世間」的価値が通用しない「世界」に戸惑いながら、「世間」と「世界」に共通する新たな「権威」を自ら探すことになる。

## 6 「世間」の拡大と世界遺産

### 6.1 「権威」としての「世界遺産」の模索

ここまで「旅」と「世間」との関係性を考察してきたが、最後に過去において日本の「世間」に安住しながら、海外旅行ブームによって海外＝ソトに触れた人々が、1990年代以降に、いかにして「世界遺産」を必要としたかを見ていきたい。

江戸時代の「旅」と1964年以降の海外旅行が異なるのは、「御師」のような存在がいらないということである。確かに団体旅行は「講」に近く、ツアーコンダクターは「御師」的な役割を担うが、「御師」が神に近く、トータルに「旅」を導いてくれる尊い存在であったのに対し、ツアーコンダクターは言語や「旅」のノウハウを担当する機能的な役割をこなしているに過ぎない<sup>112)</sup>。そこに絶対的な「権威」は不在であり、どこに行き、何を見るか。日本人は自ら考えて答えを導き出さなくてはならなかった。

そこで、人々は自らの「世間」に蓄積してきた知識を援用し、「世界」の「旅」を見つけだしていくことになる。そして、それは海外旅行の大衆化が進めば進む程明瞭になるのである。

海外旅行が富裕層に限定されていた1967年の内閣官房広報室による世論調査によれば、外国に行って何を見たいかという質問に対し、36%が「風景、史跡、古都」と答えており、最も多かったが、次の海外の「庶民の生活の実情風俗、習慣、国民性を知りたい」も21%とその差は大きくなかった<sup>113)</sup>。11年後の1978年の「海外旅行に関する世論調査」では、海外旅行で何を見て、何をしたいかという問いに対し、64%が「都市の風物、自然の美しさ、史跡をみたい」を第一に答え、第二の「庶民の生活の実情風俗、習慣、国民性を知りたい」の12%との差を更に広げ<sup>114)</sup>、1987年の同調査では「その土地の風物、自然の美しさ、史跡などを見る」を一番目にしたいと挙げた割合は58.7%であり、二番目にしたいと答えた12.7%を加えると合計71.4%となり<sup>115)</sup>、日本人の海外旅行の決定的な理由となっている。

海外旅行が1970年代、80年代に大衆化すると共に海外の「都市の風物、自然の美しさ、史跡」を見たいという声が大きくなるのは、団体旅行という形で

「世間」を維持しながら大衆化する海外旅行が、何よりも社寺参詣から出発し、発展してきた団体旅行の歴史の延長上にあることを反映しているのではないだろうか。人々は江戸時代から培われてきた過去の基準を援用し、新しい基準を探そうとするのである。

## 6.2「権威」としての「世界遺産」の成立とアイデンティティ

そのような需要がある中で1990年代に入りユネスコ「世界遺産」という中心的価値としての基準＝「お墨付き」が登場する。そして、「御師」の不在は、マスコミと旅行代理店が役割分担するような形で補っている。

情報をお茶の間に運んだのは「御師」ではなく、テレビ番組（TBS「世界遺産」、NHK「探検ロマン世界遺産」）であり、実際、日本人を「世界遺産」に運んでいるのは旅行代理店ということになる。

更に、「世界遺産」を認定するユネスコは、日本において1947年以来、各地で市民によって民間ユネスコ運動が展開されており、今日、全国に270の地域ユネスコ協会が存在している（2012年6月現在）<sup>116)</sup>。つまり、このユネスコ協会は、いわばユネスコの檀家的な存在であり、同時に人々にとってはユネスコ及び「世界遺産」の信用を運ぶ「御師」の役割も一部担っていると言えよう。

このような諸条件により「世界遺産」は瞬間に多くの日本人にとって疑うことのない価値基準・規範となったのである。

現代の「お墨付き」は無理に押し付けられるものではなく、受け取る側に需要があり、受け取る側の価値観と共通しなくてはならない。マスコミは江戸時代以来（明治以降も修学旅行等で）日本人が慣れ親しんだ京都、奈良、伊勢の延長上に外国の「世界遺産」を同列化させ、「世界遺産」をウチとソトを結びつける「権威」とさせたのである。それには、多くの日本人が江戸以来、京都、奈良、伊勢をウチ化＝「世間」化していたことが前提になる。もし、江戸の旅行ブームがなく、人々の「世間」の中に京都、奈良、伊勢等が組み込まれていなければ、「世界遺産」は「権威」にはならなかったであろう。

重要なことは、ユネスコがソトの「権威」でありながら、「世間」のウチと繋がっていることである。村から始まった日本人の最小のウチの「世間」は、ソトの「世界」を見ることで拡大し、アイデンティティを形成し、分化し、統

合してきたのである。

つまり、自国の文化財（日本よりも身近な地元の誉れ）が、「世界遺産」に承認され続けることは日本人（の「世間」）と「世界遺産」の関係性において非常に重要であることになる。故に、富士山のような日本象徴である存在が「世界遺産」に登録されていないことは、日本人にとって非常に残念であり、「世界遺産」への国内候補地が落選することは、ソトとウチの繋がりを希薄化させ、日本人のアイデンティティさえも迷わせてしまいかねないのである。

## 7 おわりに

これまで、日本におけるユネスコ「世界遺産」の価値が規範化する背景を「世間」と「権威」の関係性という視点から見てきた。江戸時代から「講」を通じて社寺参詣に目覚めて以来、大衆はソトの「世間」を知り、自らのウチに「世間」を構築してきた。その構造は明治以降も、修学旅行や社員旅行で引き繋がれ、1985年以降の第三次海外旅行も団体旅行によって継続される。交通機関の発達にはソトの範囲を広げ、人々は現在、伊勢神宮や富士山の延長上に「世界遺産」という基準を自ら求め、「世間」を広げてきたのである。

このように一貫しながらも、海外旅行では大きな違いがある。「世界遺産」はその多くが国の外（ソト）にあり、現在、海外旅行に出掛け、日本人が「旅」するソトに日本と同様の「世間」はない。そこにあるのは、異なる文化圏に住む人々の「社会」もしくは「世間」的であっても異なる社会条件において発展を遂げた「社会空間」なのである<sup>117)</sup>。

日本人の其々のウチの「世間」は海外旅行によって初めて日本という枠組みを越えたことになる。そのような観点から、「世界遺産」を通じて海外のソトの「社会」（もしくは海外の異質なソトの「世間」）に触れ続けることで、今後、日本人の「世間」意識がどのように変化していくかは注目すべきであろう。

また、それは一方通行ではない。年間1,000万人以上の日本人の団体客を迎える諸外国においても、日本人の「世間」を見ることで彼らの「社会」（「世間」）も変容していくと考えるべきであろう。

## 註

- 1) このような傾向は日本のみならず、韓国や中国にも多かれ少なかれ共通するとされるが、日本人が概して「世界遺産」への関心が高いことは周知の事実であろう（毛利和夫『世界遺産と地域再生』、新泉社、2008年、15-16頁）。
- 2) JTB広報室「日本の世界遺産に関するアンケート調査」2011年9月、（有効回答数 7,787）[http://www.jtbcorp.jp/scripts\\_hd/image\\_view.asp?menu=news&id=00001&news\\_no=1464](http://www.jtbcorp.jp/scripts_hd/image_view.asp?menu=news&id=00001&news_no=1464)（2012年6月10日）。
- 3) 社会経済生産性本部『レジャー白書2004』、2004年、101-117頁。全体のサンプル数は2,450人。
- 4) 日本交通公社『旅行者動向2008』、2008年、45頁。郵送アンケート。回収人数2,172人。
- 5) 日本人は「世界遺産」に「ひとたび登録されれば国内おろか世界の隅々まででかけていく」とされる（毎日新聞、2005年6月20日、夕刊、2頁）。
- 6) アーサー・ベデルセン「世界遺産と観光」『世界遺産年報』、13号、2008年、42頁。岐阜県白川村「白川村ホームページ・白川郷観光統計情報」<http://shirakawa-go.org/lifeinfo/info/kankou/main.html>（2012年6月10日）。
- 7) 島根県太田市『統計おおだ平成22年』、2011年10月、41頁。
- 8) 文化庁「我が国の暫定一覧表記載文化遺産」『文化遺産オンライン』（[http://bunka.nii.ac.jp/jp/world/h\\_10.html](http://bunka.nii.ac.jp/jp/world/h_10.html)）（2012年6月10日）。
- 9) 朝日新聞、2004年12月4日、朝刊、53頁。
- 10) 中曽根康弘「会長挨拶」『富士山を世界遺産にする国民会議ホームページ』（<http://www.mtfuji.or.jp/about/greeting.php>）（2012年6月10日）。
- 11) 「富士山鼎談 大震災後の日本導く「信仰と芸術の山」」『サンデー毎日』2012年3月11日、69頁。
- 12) 中曽根康弘『富士山を世界遺産にする国民会議ホームページ』。
- 13) 小山田憲正「代表あいさつ」『「四国へんろ道文化」世界遺産化の会ホームページ』（<http://88henro.net/article/24779003.html>）。
- 14) 田中利典「吉野・大峯を世界遺産に―日本人のアイデンティティを取り戻すために」『大法輪』、2003年3月号、34-35頁。梅原猛は富士山においても、その「世界遺産」への登録運動は、「日本人の誇りを取り戻す運動」であると位置づけている（「富士山鼎談 大震災後の日本導く「信仰と芸術の山」」『サンデー毎日』2012年3月11日、67-68頁）。
- 15) 国民レベルばかりではなく、地方においても「世界遺産」に登録されることや、登録を目指す運動を展開することは人々に地域のアイデンティティを取り戻させ、経済的な恩恵をもたらすとされる（佐滝剛弘『學士會会報』No.893、2012-II、7頁）。
- 16) 例えば、宗教学者・中沢新一とタレント、作家の太田光は共著『憲法第九条を世界遺産へ』を出版して、世に問い（太田光、中沢新一『憲法九条を世界遺産に』、集英社、2006年）、英語学者で評論家の渡部昇一は月刊誌に「皇室こそ世界遺産」と主張している（渡部昇一「日本文明の核、皇室こそ世界遺産」『Will』、32号、2007年8月、238-247頁）。また、農学者の小泉武夫は「食の世界遺産」と題し、数々の日本料理を採り上げ、その素晴らしさを紹介している（小泉武夫『小泉教授が選ぶ「食の世界遺産」日本編』、講談社、2004年）。
- 17) World Heritage Centre, UNESCO “About World Heritage » The States Parties” (<http://whc.unesco.org/en/statesparties>)（2012年6月10日）
- 18) 松浦晃一郎『世界遺産：ユネスコ事務局長は訴える』、講談社、2008年、93頁。
- 19) 矢作弘「世界遺産ブームの背景」『地域開発』、2007年4月、511頁、24頁。
- 20) 西村幸夫「世界遺産への登録」読売新聞、2005年7月26日、朝刊、13頁。
- 21) 荻野祥三「世界遺産と日本人」毎日新聞、2008年8月2日、東京夕刊、4頁。
- 22) 西山徳明「世界遺産の価値と観光の役割」『観光とまちづくり』、504号、2011年、21頁。



- 23) 赤瀬川原平、朝日新聞、2008年6月12日、17頁。
- 24) 朝日新聞、1993年9月21日、朝刊、29頁。
- 25) 読売新聞、1999年12月3日、朝刊、32頁。
- 26) 朝日新聞、2008年7月9日、朝刊、1頁。
- 27) 花押が権力の象徴になるのは室町時代からであるとされる（佐藤進一『花押を読む』、平凡社、1988年、214-222頁）。
- 28) 見坊豪紀他編『三省堂国語辞典』、第4版、三省堂、1992年、136頁。新村出編『広辞苑』、第6版、岩波書店、2008年、397頁。
- 29) 阿部謹也『「世間」とは何か』、講談社、1995年、24頁。
- 30) 2007年にミシュラン東京版が発売された際の世論の反発にみられるように全ての「権威」が「お墨付き」となり、「世間」に受け入れられるわけではない（反ミシュランの見解としては、伊藤隆太郎、小林弥生「「ミシュラン」の格差社会」『アエラ』、2007年12月3日号、23-26頁。友里征耶「驕るな、ミシュラン」『文藝春秋』、2008年1月号202-207頁等にある）。
- 31) 岸田国土『日本人とは』、角川書店、1952年、84-85頁。
- 32) 阿部謹也、前掲書、27頁。阿部謹也『日本人の歴史意識：「世間」という視覚から』、岩波書店、2004年、8頁。井上忠司『「世間体」の構造：社会心理史への試み』、日本放送出版会、1977年、3頁。『「世間体」の構造：社会心理史への試み』、講談社、2007年、17頁。
- 33) 瀬田川昌裕「法学における社会と世間のあいだ」『世間学への招待』、青弓社、2002年、110頁。「世間」に関しては言及していないが、山本七平は、「世間」に近いニュアンスで、日本人の「社会空間」を支配する「空気」に関して言及している（山本七平『空気の研究』、文芸春秋社、1977年）。
- 34) 柳文章「社会と世間の違い」『思想の科学』、1977年2月号、24頁。
- 35) そのような「世間」観の最初の論としては、巖谷小波『世間学』、服部書店、1908年。
- 36) 岸田国土、前掲書、84頁。
- 37) 同書。
- 38) 大牟羅良「農村の世間体」『東洋文化』（通号12）、1953年、72-101頁。
- 39) 大牟羅良『ものいわぬ農民』、岩波書店、1958年、69-75頁。
- 40) 大牟羅良、前掲論文、75頁。
- 41) 宮本常一『民俗のふるさと』、河出書房、1964年、232頁。
- 42) 会田雄次『日本人の意識構造』、講談社、1970年、131頁。
- 43) 同書、127頁。
- 44) 柳文章、前掲論文、22、26頁。
- 45) 和述哲郎『人間の学としての倫理学』、岩波書店、1934年。
- 46) 星野勉「和辻哲郎の哲学のポテンシャル」『日本学とは何か』、法政大学国際日本学研究センター、2007年、262頁。
- 47) 和述哲郎、前掲書、25頁。日本大辞典刊行会、『日本国語辞典第二版』、第7巻、小学館、2001年、1338-1339頁。
- 48) 和述、前掲書、23-29頁。
- 49) 井上、前掲書、1977年、19頁。
- 50) 井上、前掲書、1977年、17-18頁、山本博文『武士と世間』中公新書、2003年、iii頁。
- 51) 阿部謹也「日本人にとって「世間」とは何か」『潮』、(通号400)、1992年7月、72-82頁。阿部『世間とは何か』。
- 52) 阿部『「世間」とは何か』、16頁、『日本人の歴史意識』、7頁。
- 53) 阿部『日本人の歴史意識』、6頁。
- 54) 阿部謹也『日本人はいかに生きるべきか』、朝日新聞社、2001年、9-13頁、『日本人の歴史意識』115頁、『近代化と世間：近代化と世間：私が見たヨーロッパと日本』、

- 朝日新聞社、2006年、18頁。
- 55) 阿部『「世間」とは何か』、50頁、『近代化と世間』、155頁。つまり、阿部は会田や柳父が評価した多神教故の「世間」や庶民の「公共性」を個人の不在をもって否定している。
  - 56) 阿部『日本人の歴史意識』、7頁。
  - 57) 阿部『近代化と世間』、96頁。
  - 58) 阿部『日本人の歴史意識』、10頁、『近代化と世間』、101頁。
  - 59) 佐藤直樹も日本における「世間」の流動性を指摘し、特に1990年代以降の「世間」の肥大化に着眼している(佐藤直樹『「世間」の現象学』、青弓社、2001年、103-113頁)。
  - 60) 井上忠司「世間体について」『年報社会心理学』、(通号17)、1976年、125頁。この和辻の「世間」に対する見解は、学術的には最も初期の段階の「世間論」の一つだったにもかかわらず、井上によって1970年代に体系化されるまで、本格的に議論されてこなかった。また、井上自身が認めているように、井上の「世間論」自体も阿部の起こした「世間論ブーム」によって読み直されることになる(井上、前掲書、2007年、263-264頁)。
  - 61) 山本、前掲書、v頁。
  - 62) 柳田国男「世間話の研究」『定本柳田国男集 第七巻』、筑摩書房、1962年、394頁。
  - 63) 井上、前掲書、1977年、47頁。井上、前掲書、2007年、67-70頁。
  - 64) 柳田国男『青年と学問』、岩波書店、1976年、62頁。
  - 65) 井上、前掲書、1977年、55頁。井上、前掲書、2007年、80頁。
  - 66) 井上、前掲書、1977年、49頁。井上、前掲書、2007年、71頁。
  - 67) 柳田『青年と学問』、60頁。
  - 68) 新城常三『庶民と旅の歴史』、日本放送出版協会、1971年、48-67頁。
  - 69) 山本侑『旅についての思索』、講談社、1976年、21頁。
  - 70) 神崎宣武『江戸の旅文化』岩波書店、2004年、86-109頁。
  - 71) 同書、5-6頁。
  - 72) 同書、6頁。
  - 73) エンゲルベルト・ケンペル『江戸参府旅行日記』、平凡社、1977年、53頁。
  - 74) 神崎『江戸の旅文化』、145-148頁。
  - 75) 神崎宣武『物見遊山と日本人』、講談社、1991年、176頁。
  - 76) 神崎『江戸の旅文化』、54-60頁。
  - 77) 同書、54-55頁。宮本常一編『伊勢参宮』、八坂書房、1987年、74頁によれば江戸時代初期において700人近い御師がいたという。
  - 78) 神崎、前掲書、57頁。神崎宣武『おみやげ』、青弓社、1997年。
  - 79) 菊池貴一郎『江戸府内絵本風俗往来』、青蛙房、1965年、71頁。
  - 80) 金森敦子『江戸庶民の旅』平凡社新書、2002年、225頁。
  - 81) 井上、前掲書、1977年、55頁。井上、前掲書、2007年、80頁。
  - 82) 柳田国男「日本における内と外の概念」『現代倫理5』、筑摩書房、1958年、3頁。
  - 83) 宮本常一『民俗のふるさと』河出書房、1964年、217頁。大牟羅良が描写した農村の閉鎖性は伝統的なものではなく、開かれたことへの反動であった。
  - 84) 白幡洋三郎『旅行ノススメ』中央公論社、1996年。
  - 85) 磯野富士子「家と自我意識」小田切秀雄編『近代日本思想史講座6自我と環境』、筑摩書房、1960年、100頁。
  - 86) 井上、前掲書、1977年、60-62頁。井上、前掲書、2007年、86-88頁。
  - 87) 川島武宜『イデオロギーとしての家族制度』、岩波書店、1957年。
  - 88) 丸山眞男『日本ファシズムの思想と運動』『現代政治の思想と行動』未来社、1964年、42-43頁。
  - 89) 井上、前掲書、1977年、62頁。井上、前掲書、2007年、89頁。



- 90) 井上、前掲書、1977年、55-56頁。井上、前掲書、2007年、81頁。
- 91) 内閣総理大臣官房審議室編『観光白書』、1967年、85頁。しかし、当時の大学卒の初任給が約2万円に対して、自由化後初のヨーロッパへの団体旅行「ヨーロッパ・ジェット・トラベル」は71万5,000円と高価であり、次に発売された「第一回ハワイダイヤモンドコース旅行団」は36万4,000円であった。大半の国民にとっては高嶺の花であった（白幡、前掲書、233頁。秋山和歩『戦後日本人海外旅行物語』実業之日本社、1995年、90頁）。
- 92) 国土交通省編『観光白書』、コミュニカ、2008年、31頁。
- 93) ツーリズム・マーケティング研究所『JTB REPORT 2006：日本人海外旅行のすべて』、ジェイティビー、2006年、1頁。
- 94) 同書、1頁、19頁。
- 95) 外務省領事局旅券課『旅券統計 平成17年1月～12月』、2006年。
- 96) ツーリズム・マーケティング研究所、前掲書、51頁。
- 97) 神崎『江戸の旅文化』、6-7頁。
- 98) 加藤秀俊「日本人と海外旅行」『中央公論』83（10）、1968年10号、327-328頁。
- 99) 神崎『物見遊山と日本人』、176頁。
- 100) 橋爪孝之「日航「ジャルパック」はなぜ伸びたか」『運輸と経済』第37巻、第5号、1977年、42頁。
- 101) ツーリズム・マーケティング研究所、前掲書、45頁。
- 102) 国際観光振興会『欧州における日本人旅行者実態調査』1976年、3頁。
- 103) 長尾みのる「嗚呼！団体旅行」『潮』、通号232、1978年9月、174頁。
- 104) 神崎『おみやげ』、141頁。
- 105) 同書、139-141頁。
- 106) 同書、146-147頁。
- 107) 余暇・レジャー産業情報センター編『余暇・レジャー総合統計年報97-98』、食品流通情報センター、585-586頁。同調査のサンプルは200人。
- 108) 同調査が海外旅行に特化したものではないことを考慮する必要があるが、いずれにせよ「会社の人」に高予算を割いているとは考えられない。
- 109) その他、江戸の「旅ブーム」と1964年以降の「海外旅行ブーム」に共通する行動様式として、江戸時代、「講」に参加した男たちの寺社詣で帰りの遊郭通いと、現代における海外買春ツアーが挙げられている（神崎宣武編『文明としてのツーリズム』人文書館、2005年、154-163頁）。
- 110) 内閣総理大臣官房広報室『国民の海外旅行に関する世論調査』、1987年、11頁。
- 111) 内閣総理大臣官房広報室『国民の海外旅行に関する世論調査』、1978年、17頁。
- 112) 旅行者は添乗員に、旅に対する総合的な役割を求めているのに対し、添乗員の社会的な認知は遅れているという（橋本佳恵「海外主催旅行における添乗員の役割に関する研究」『大阪明浄大学紀要』2000年、77-80頁）。
- 113) 内閣総理大臣官房広報室『国民の海外旅行に関する世論調査』、1967年、7頁。
- 114) 内閣総理大臣官房広報室『国民の海外旅行に関する世論調査』、1978年、12頁。
- 115) 内閣総理大臣官房広報室『国民の海外旅行に関する世論調査』、1987年、24頁。
- 116) 民間ユネスコ運動に関しては、民間ユネスコ運動六〇史編集委員会編『民間ユネスコ運動六〇年史』、日本ユネスコ協会連盟、2007年参照。
- 117) 本論文は阿部が提示した日本に「社会」が存在するかどうかという問いに答えることを目的としていないが、今まで見てきたように、少なくとも海外旅行における日本人の集団性は「社会」よりも「世間」的な要素が大きいと考えられる。

&lt;ABSTRACT&gt;

## **The Form of Acceptance of the UNESCO World Heritage in Japan**

YASUI Hiroshi

Since the late 1990s, there has been a “UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) World Heritage boom” among the Japanese who have been eager to make sightseeing visits to these sites. My hypothesis is that the high regard for UNESCO World Heritage sites is an expression of the United Nations Centrism that exists in Japan and that it is a form of “authoritarianism”, the traditional Japanese respect to authority. Based on the above hypothesis, the question is how the World Heritage become an “authority” for the Japanese. According to researchers such as the Sociologist Kinya Abe, “authoritarianism” is established not through individuals but within Japan’s community-like society “seken”, a collective identity ranging from the villages as the smallest unit to the country. “Seken” was widened during the Edo period (from 17th to 19th centuries) by the country’s first travel boom in which visits to traditional homage sites such as Mt Fuji and the Ise shrine became popular amongst the masses. “Seken” has continued to expand as modernization progressed through the introduction of external values, ultimately pointing out to a possibility of emergence of a larger “seken” beyond the State as a social norm. The article illustrates the process of how “seken” recognized the UNESCO World Heritage as an authority through its expansion under the third overseas travel boom from around 1985.